

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Jual beli tidak lagi terbatas pada metode konvensional. *Marketplace* telah muncul sebagai transformasi dalam pola perdagangan modern, memungkinkan konsumen untuk berbelanja secara online dengan lebih mudah dan efisien. Salah satu platform *marketplace* lokal yang sangat populer di Indonesia adalah Tokopedia. Situs web ini telah menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia untuk melakukan pembelian berbagai produk secara online, mulai dari makanan hingga produk elektronik (Choirudin et al., 2023).

Ulasan produk memiliki pengaruh besar bagi konsumen dan produsen. Pembeli dapat memberikan ulasan setelah berbelanja di *marketplace*, dan keluhan biasanya ditulis di platform pembeli berbelanja. Ulasan terdiri dari rating bintang dan komentar, yang mempengaruhi persepsi calon pelanggan (Laia & Yamin, 2023).

Analisis sentimen adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi opini, pendapat, atau perasaan pelanggan berdasarkan data yang dihasilkan, seperti ulasan atau komentar (Giovani et al., 2020). Analisis sentimen, teks dalam kalimat atau dokumen dikelompokkan untuk menentukan apakah pendapat yang diungkapkan bersifat positif, negatif, atau netral. Tugas dasar dalam analisis sentimen adalah mengelompokkan polaritas teks dalam dokumen, kalimat, atau pendapat, dengan polaritas mengacu pada aspek positif atau negatif dari teks tersebut (Amrullah et al., 2020).

Penerapan analisis sentimen, metode yang sering digunakan adalah Naïve Bayes. Naïve Bayes digunakan untuk mengklasifikasi komentar pelanggan Maula Hijab di aplikasi Tokopedia. Keunggulan metode ini adalah memiliki tingkat akurasi yang tinggi dan mampu memproses data dalam jumlah besar dengan cepat (Jose Limbong et al., n.d.).

Maula Hijab adalah salah satu organisasi atau perusahaan yang bergerak di bidang busana fashion muslimah. Perusahaan ini menjual berbagai produk berupa baju muslim, kerudung, dan rok wanita (Mihardi, 2021). Maula Hijab telah memperluas jangkauannya melalui marketplace populer seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Tokopedia, Maula Hijab berhasil mengumpulkan lebih dari 30.000 pelanggan dan menerima sekitar 9.400 ulasan meskipun Maula Hijab memiliki banyak ulasan pelanggan, mereka belum memiliki cara yang efektif untuk memahami sentimen di balik ulasan tersebut. Hal ini menyebabkan Maula Hijab kehilangan informasi penting tentang apa yang disukai dan tidak disukai oleh pelanggannya.

Penelitian ini menggunakan metode Naïve Bayes dengan harapan dapat membantu Maula Hijab dalam meningkatkan daya saing, kualitas produk dan layanan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana menerapkan metode analisis sentimen menggunakan algoritma Naïve Bayes untuk mengklasifikasi ulasan pelanggan Maula Hijab di platform Tokopedia, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memahami sentimen di balik ulasan tersebut dan meningkatkan daya saing, kualitas produk dan layanan, membangun kepercayaan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah yang di dapatkan pada penelitian ini ialah sebagai berikut

1. Sumber data yang digunakan dari *marketplace* Tokopedia Maula Hijab
2. Pengambilan data dengan menggunakan Bahasa pemrograman python
3. Hasil Klasifikasi berbentuk sentimen positif dan negatif.

1.4 PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jabarkan, dapat disimpulkan beberapa masalah antar lain :

1. Bagaimana metode Naïve Bayes dapat digunakan untuk menganalisis sentimen komentar pelanggan Tokopedia?

2. Apa performa metode Naïve Bayes dalam mengklasifikasikan komentar pelanggan menjadi sentimen positif dan negatif?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan metode Naïve Bayes untuk mengklasifikasikan komentar pelanggan menjadi sentimen positif dan negatif.
2. Mengetahui hasil dari pengujian Akurasi, Presisi dan recall menggunakan metode naïve bayes.

1.6 MANFAAT HASIL PENELITIAN

Berikut manfaat penelitian:

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan keterampilan di bidang analisis sentimen. Penelitian ini memungkinkan penulis untuk mempelajari dan mempraktikkan teknik analisis sentimen pada data komentar pelanggan di Tokopedia.
2. Meningkatkan kemampuan penulis dalam menyelesaikan penelitian ilmiah. Penelitian ini merupakan latihan yang *valuable* bagi penulis dalam merumuskan masalah penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, dan menulis laporan peneliti.
3. Memahami sentimen pelanggan terhadap produk dan layanan Maula Hijab di Tokopedia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mengetahui apa yang disukai dan dikeluhkan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan toko Maula Hijab.